

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра міжнародних економічних відносин

Допущено до захисту
завідувач кафедри
д.е.н., проф.Козак Ю.Г.
“ ” _____ 2018 р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності міжнародна економіка
за темою:

«Удосконалення міжнародної торгівельно-закупівельної діяльності
підприємства сфери харчування (на прикладі ПП «Юніон Трейд Плюс »)

Виконала: студентка 4 курсу, групи 3
спеціальності 6.030503 Міжнародна економіка
Устименко Анастасія Олександрівна

Науковий керівник:
к.е.н., доцент кафедри МЕН
Уханова Інна Олегівна

ОДЕСА – 2018

АНОТАЦІЯ

Устименко Анастасія Олександрівна, «Удосконалення міжнародної торговельно-закупівельної діяльності підприємства сфери харчування (на прикладі ПП «Юніон Трейд Плюс»)» випускна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 6.030503 «Міжнародна економіка», Одеський національний економічний університет, Одеса, 2018 рік

Робота складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження є процес торговельно-закупівельної діяльності підприємства сфери харчування.

У роботі розглядаються теоретичні основи торговельно-закупівельної діяльності підприємства та їх особливості, проведено узагальнення чинників впливу на міжнародну торговельно-закупівельну діяльність і розглянуто основні методики оцінки її ефективності.

Зроблений аналіз показників зовнішньоекономічної діяльності ПП «Юніон Трейд Плюс» та SWOT-аналіз чинників, що впливають на торговельно-закупівельну діяльність підприємства.

Запропоновано організаційні заходи щодо удосконалення міжнародної торговельно-закупівельної діяльності ПП «Юніон Трейд Плюс» та розширення зовнішніх операцій, зокрема за рахунок зниження логістичних витрат.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність підприємств, торговельно-закупівельна діяльність, оцінка ефективності торговельних операцій на світовому ринку, SWOT-аналіз.

SUMMARY

Ustimenko Anastasia Aleksandrovna, "Improvement of the international trade and procurement activity of the catering enterprise (on an example of " Union Trade Plus ") " final work on obtaining bachelor's degree in the specialty 6.030503 "International Economics", Odesa National Economic University, Odesa, 2018

The work consists of three sections. The object of research is the process of trading and purchasing activities of the food industry.

The paper considers the theoretical foundations of the trade and procurement activity of the enterprise and its features, generalizes the factors of influence on the international trade and procurement activity and examines the main methods of evaluating its effectiveness.

The analysis of indicators of foreign economic activity of PE "Union Trade Plus" and SWOT-analysis of factors influencing trade and purchasing activity of the enterprise are made.

Organizational measures on improvement of international trade-procurement activity of "Union Trade Plus" and expansion of external operations, in particular due to lowering of logistics costs, are offered.

Key words: foreign economic activity of enterprises, trade and purchasing activity, estimation of the efficiency of trade operations on the world market, SWOT-analysis.

ЗМІСТ

Стор.

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТОРГОВЕЛЬНО-ЗАКУПІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1 Сутність та особливості торговельно-закупівельної діяльності на зовнішніх ринках продовольства.....	6
1.2 Регулювання міжнародної торговельно-закупівельної діяльності: світовий досвід та українська специфіка.....	12
1.3 Методичні основи визначення показників торговельно-закупівельної діяльності	18
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТОРГОВЕЛЬНО-ЗАКУПІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПП «ЮНІОН ТРЕЙД ПЛЮС»	24
2.1 Аналіз організації зовнішньоекономічної діяльності ПП «Юніон Трейд Плюс ».....	24
2.2 Аніліз чинників, що впливають на зовнішньоекономічну діяльність ПП «Юніон Трейд Плюс ».....	31
2.3 Аналіз показників зовнішньоекономічної діяльності ПП «Юніон Трейд Плюс» при здійсненні функцій торгового посередника	38
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	48
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИШЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНО-ЗАКУПІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПП «ЮНІОН ТРЕЙД ПЛЮС»	50
3.1 Удосконалення торговельно-закупівельної діяльності ПП «Юніон Трейд Плюс » за рахунок реорганізації.....	50
3.2 Виставки та ярмарки як захід удосконалення посередницької діяльності ПП «Юніон Трейд Плюс » на світовому ринку.....	59
3.3 Удосконалення торговельно-закупівельної діяльності ПП «Юніон Трейд Плюс » за рахунок зменшення логістичних витрат.....	66
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3	74
ВИСНОВКИ	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	80

ВСТУП

Актуальність теми. Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності є актуальною проблемою сучасного розвитку харчової промисловості України. На сьогодні економіка країни все більше інтегрується у світовий простір – підприємства задля максимізації прибутку, досягнення ефекту від масштабу виробництва, диверсифікації продажів повинні працювати не лише для національних споживачів, але й просувати свої товари на світові ринки. Крім того, підвищити ефективність діяльності можна за рахунок розширення асортименту, тому національні підприємства вдаються до закупівельної діяльності та ввозять іноземні продукти харчування на національний ринок України. Однак мінливе середовище вимагає, щоб керівництво таких підприємств постійно оцінювало результати поточної діяльності та здійснювало пошук шляхів удосконалення торговельно-закупівельних операцій. Вище викладене визначає актуальність обраної теми дослідження.

Мета дослідження — на основі дослідження, аналізу та узагальнення особливостей міжнародної торговельно-закупівельної діяльності ПП «Юніон Трейд Плюс» розробити пропозиції щодо її удосконалення.

Завдання випускної роботи:

- визначити економічну сутність та основи торговельно-закупівельної діяльності підприємства;
- проаналізувати умови регулювання міжнародної торговельно-закупівельної діяльності;
- здійснити аналіз міжнародної торговельної діяльності ПП «Юніон Трейд Плюс»;
- здійснити SWOT аналіз чинників торговельно-закупівельної діяльності ПП «Юніон Трейд Плюс»;
- розробити організаційні заходи удосконалення зовнішньоторговельної діяльності ПП «Юніон Трейд Плюс»

- розглянути пропозиції щодо реорганізації підприємства ПП «Юніон Трейд Плюс», як чинник удосконалення зовнішньоторговельної діяльності;
- розробити шляхи зменшення логістичних витрат для підвищення ефективності торговельно-закупівельної діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження є процес є процес торговельно-закупівельної діяльності підприємства сфери харчування.

Предметом дослідження виступають теоретичні основи та організаційно-економічні рішення удосконалення міжнародної торгівельно-закупівельної діяльності підприємства сфери харчування.

Методи дослідження. У роботі було використано наступні загальнонаукові та спеціальні методи: методи узагальнення та синтезу, статистичного та економічного аналізу, SWOT-аналіз, графічні методи.

Інформаційна база дослідження: закони та інші нормативно-правові документи, монографічна та наукова література, Інтернет-джерела, статистичні матеріали ПП «Юніон Трейд Плюс».

ВИСНОВКИ

Після проведення дослідження можна дійти наступних висновків:

1. Особливістю закупівель у торгівлі є те, що товари здобуваються з метою їхнього перепродажу. Закупівлі товарів - важлива складова частина комерційної роботи підприємства. Правильно організовані закупівлі товарів є важливою умовою для нормального функціонування підприємства та виконання планових завдань. Під закупівлями розуміється придбання товарів і послуг.
2. Вихідним етапом оптових закупівель є вивчення попиту споживачів. Придбання товарів без урахування попиту споживачів призводить до сповільнення товарообігу, збільшення витрат обігу на їх доведення до кінцевих споживачів, а в результаті — до погіршення фінансового стану підприємств. Тому на даному етапі підприємства здійснюють діагностику ринку з метою уточнення своєї маркетингової стратегії та інформаційного забезпечення закупівельної діяльності. На другому етапі розробляється оперативний план оптових закупівель з урахуванням виявленої потреби в асортименті, кількості і якості товарів. В умовах наявності на ринку значної кількості постачальників важливе значення має третій етап — обґрунтування вибору конкретного, найбільш придатного постачальника. Прийняття рішення щодо закупівлі і постачання товарів приймається на четвертому етапі.
3. Стратегічне регулювання міжнародної торгівельно-закупівельної діяльності підприємства є для української економіки порівняно новим явищем і набуває останнім часом імперативне значення. Необхідність у стратегічному регулюванні виникла в результаті реалізації економічної реформи й ринково-інституціональної трансформації всіх рівнів національної економіки.
4. Зовнішні фактори є наслідком здійснюваної геополітики світового господарства, державної політики й внутрішньої політики держави, що формує макроекономічні пропозиції, правову основу й загальні умови

роботи. Внутрішні фактори відображають ефективність роботи управлінської команди підприємств. Харчова промисловість має також рядом особливостей, які впливають на її розвиток. До них відносяться високі санітарно-гігієнічні й екологічні вимоги до змісту продуктів харчування й технології їх виробництва, обмежений строк зберігання й доставки ряду видів готової продукції, постійне підвищення вимог безпеки для здоров'я споживачів, що обмежує використання деяких матеріалів, індивідуалізація попиту на локальних ринках і у окремих груп споживачів, і ін.

5. Неможливо оптимізувати роботу підприємства без комплексної оцінки оцінки її показників, виокремлення вад діяльності підприємства. Тож, розглянемо деякі методи оцінки торгівельно-закупівельної діяльності підприємства. До головних методів оцінки торговельно-закупівельної діяльності фірми відносять проведення SWOT-аналізу з визначенням сильних і слабких сторін підприємства, ринкових можливостей і погроз. За допомогою кореляційно-регресійного можливо аналізу виявлено ступінь впливу чинників на рівень витрат із закупівель. Аналіз отриманих коефіцієнтів кореляції, дослідження мультиколінеарності показників дозволить відібрати найсуттєвіші чинники та побудувати економіко-статистичну модель. Показники ефективності діяльності фірми також включають рентабельність фірми в абсолютному виразі, зростання обсягу продажів фірми, рентабельність продукції фірми у звітному році, рентабельність фірми в звітному році, коефіцієнт обертання оборотних активів, коефіцієнт зростання прибутку, коефіцієнт обсягу продаж фірми в звітному році.

6. ПП «Юніон Трейд Плюс» розпочало свою діяльність в 1993 році за напрямком «Оптова торгівля продуктами харчування» і стала дистриб'ютором багатьох підприємств - виробників у Південному регіоні (Nestle, Торчин, Мивина, Олейна, Доминик, Чумак, Гринфілд, Оболонь, Тітка Соня, Нескафе, Добра вода, сигарети всіх виробників, сигари). Торговельна група ПП «Юніон Трейд Плюс» має власний транспортний

відділ, що включає в себе сім великовантажних автомобілів, що здійснюють закордонні перевезення, вантажні автомобілі й парк легкових. Транспортний відділ повністю обслуговує потреби оптово - роздрібної мережі підприємства.

7. У цей час торговельна мережа підприємства містить у собі комплекс сучасних комп'ютеризованих торговельних і складських підприємств, що працюють у єдиній системі, у тому числі: три складських комплекси в різних районах міста загальною площею 15.300 кв. метрів та 7 магазинів, що працюють по системі «З&С».

8. SWOT-аналізу ПП «Юніон Трейд» передбачає спочатку виявлення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, після цього встановлення зв'язків між ними, які в подальшому можуть бути використані для формулювання стратегії організації. Можемо зробити висновок про надзвичайно високий вплив даних факторів на діяльність підприємства харчової промисловості ПП «Юніон Трейд Плюс». Товарообіг магазину в поточних цінах безупинно падав у розглянутому періоді. Однак при аналізі важливо враховувати зміну рівня споживчих цін, що склало в 2017 році-20%. Привівши дані до порівнянних цін, ми бачимо, що реальний товарообіг в 2017 році скоротився на 9,46%.

9. В 2016р. на 1 грн. витрат доводилося 5,93 грн. товарообігу, тобто результативність зроблених магазином витрат знизилася на 11,25%. Рентабельність скоротилася в 1,25 разів. Це обумовлено тим, що знизився прибуток (на 2069,20 тис. грн.). Витрати на зміст приміщення, інвентарю, торговельного встаткування, склали у звітному періоді 1790,08 тис. грн. Дуже маленький їхній ріст (на 1,10%) при збільшенні тарифів на електроенергію й воду досягнуті за рахунок скорочення витрат на протипожежні заходи й санітарні роботи, ремонт торговельного встаткування самотужки. У силу цих обставин економію по цій статті не можна вважати безумовно позитивним фактором. На статті «Витрати на тару» відбиваються витрати на тару за винятком доходів по операціях з

тарою. Витрати по цій статті у звітному році знизилися на 43,47%.

10. Розробка заходів щодо забезпечення реалізації резервів росту продуктивності праці на підприємстві може бути організована в розрізі основних напрямків його діяльності. Ці напрямки можна підрозділити на наступні основні групи: організаційні, технічні, технологічні, економічні, соціальні.

11. За допомогою виставково-ярмаркової діяльності ПП «Юніон Трейд Плюс» може корегувати власну політику ціноутворення і здійснювати вплив на існуючу систему цін, проводити тестування спеціальних пропозицій або ж місць безпосереднього продажу залежно від надання знижок, кредитів чи умов постачання. Крім того, існує реальна можливість систематично накопичувати і узагальнювати інформацію про купівельну структуру, обсяги виробництва, місце знаходження і відстань доставки тощо.

12. Виставково-ярмаркову діяльність необхідно до того ж вважати значним каталізатором розвитку і реструктуризації самої мережі розподілу товарів і послуг. На виставковому майданчику з'ясовується доцільність проведення якісних або кількісних змін у вже налагоджених каналах збуту, пошук агентів, дилерів, підприємств, що здійснюють складування і перевезення товарів, нової структури організації роботи на місцях тощо.

13. Завдяки удосконаленню логістики, ПП «Юніон Трейд Плюс» може забезпечувати необхідний рівень обслуговування фінального клієнта, надаючи йому при цьому певні додаткові користі (цінності). Ці додаткові користі можуть стосуватися і еластичності поставок щодо величини партії, і еластичності щодо умов оплати, і еластичності щодо термінів та місця виконання замовлення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амеліна Н. К. Показники та умови підвищення конкурентоспроможності підприємств [Електронний ресурс]. / Н.К. Амеліна// – Режим доступу : www.Nbuv.gov.ua/portal/natural/vntu/2008_17_1/80.pdf.
2. Борщевський П.П., Дейнеко Л.В. Важливі проблеми галузі / Борщевський П.П., Дейнеко Л.В. // Харчова і переробна промисловість. – 2014. – № 3. – С. 3 – 5.
3. Вічевич А.М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності / А.М. Вічевич, О.В. Максимець. – Львів : Афіна, 2015. – 140 с.
4. Ващекин Н. П. О системе маркетинговой информации / Ващекин Н. П. // Маркетинг, 2002. № 1. С. 27-34.
5. Волков О. Экономика предприятия. Курс лекций./ Волков О. – К: Инфра-М, 2001-280с.
6. Ворст Й., Ревентлоу П. Экономика фирмы./ Ворст Й., Ревентлоу П. — К.: Высш.шк., 2001-272с.
7. Гаєвська Л. Економіка підприємства. / Гаєвська Л. — Ірпінь: Акад. ДПС, 2001-145с.
8. Гребнев А.И. Экономика торгового предприятия./ Гребнев А.И. – К.: Экономика. 1997. – 314с
9. Економічна енциклопедія: [в 3 т.]. / гол. редкол.: Гаврилишин Б.Д. (голова) [та ін.]. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – Т.1: А (абандон) – К (концентрація виробництва). – 2000. – 864 с
10. Журан О.А. Умови формування характеристик конкурентоспроможності підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємством» / О.А. Журан. – Одеса, 2006. – 21 с
11. Іванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: Оцінка, формування та розвиток: монографія / Ю.Б. Іванов, П.А. Орлов, О.Ю. Іванова. – Х.: Інжек, 2008. – 352 с

- 12.Ільчишин С.М. Алгоритм управління конкурентоспроможністю підприємства / С. М. Ільчишин // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.7. – С. 309-316.
- 13.Коваленко К. С. Шляхи вирішення проблем конкурентоспроможності вітчизняних підприємств харчових продуктів на міжнародному ринку / К. С. Коваленко // Інноваційна економіка. – 2016. – 7. – С. 118-121.
- 14.Крисанов Д. Ф. Трансформації в харчових галузях та їх інноваційно-технологічна модифікація / Д. Ф. Крисанов, К. О. Бужинська // Економіка АПК. – 2015. – № 7. – С. 113-121.
- 15.Купчак П. М. Харчова промисловість України в умовах активізації інтеграційних та глобалізаційних процесів : монограф. / Купчак П. М. – К., 2014. – 152 с.
- 16.Лавров Є. М. Стратегія розвитку галузі / Є. М. Лавров // Харчова і переробна промисловість. – 2009. – № 4. – С. 3–5.
- 17.Лапін Є. В. Економічний потенціал підприємств промисловості: формування, оцінка, управління / Є. В. Лапін // Вісник СумДУ. – 2016. – Т. 2, № 1. – С. 63–71.
- 18.Лисяков В. П. Оцінка виробничого потенціалу підприємства / В. П. Лисяков // Наукові праці ДонНТУ, 2017. – Вип. 36-2. – С. 100–105.
- 19.Ліпич О. М. Ефективність виробничо-ресурсного потенціалу підприємства: фактори впливу та критерії оцінки. / О. М. Ліпич // Науковий вісник. – 2010. – вип. 15.5. – С. 361–368.
- 20.Мазур А. Г. Основи підприємницької діяльності: [навч. посібник] / А. Г. Мазур, С. Г. Кафлевська, І. В. Власенко, Л. М. Середа. – Вінниця : Едельвейс, 2011. – 400 с.
- 21.Макаровська Т. П. Економіка підприємства: [навч. посібник] / Т. П. Макаровська, Н. М. Бондар – К. : МАУП, 2010. – 345 с
- 22.Меліх Т.Г. Виробничий потенціал підприємства: теоретичний аспект /Т.Г. Меліх // Наукові економічні дослідження: теорії та пропозиції.Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 11-12 листопада 2016 р.). – Запоріжжя:

- Східноукраїнський інститут економіки та управління, 2016. – С. 105-108.
- 23.Меліх Т.Г. Економіко-математичний інструментарій оцінки виробничого потенціалу підприємств харчової промисловості / Т.Г. Меліх // Причорноморські економічні студії. – 2016. – Випуск 8. – С.256-261.
- 24.Меліх Т.Г. Економічна оцінка ресурсно-виробничого потенціалу підприємств харчової промисловості / Т.Г. Меліх // Причорноморські економічні студії. – 2016. – Випуск 6. – С.202-207.
- 25.Меліх Т.Г. Інтеграція підприємств харчової промисловості як фактор оптимізації використання виробничого потенціалу / Т.Г. Меліх // Глобальні та національні проблеми економіки. Електронне наукове видання. Випуск 14 – 2016 – с.450–457
- 26.Меліх Т.Г. Теоретико-методологічні аспекти розвитку харчової промисловості / Меліх О.О., Т.Г. Меліх // Вісник ХНАУ.-2016.- №2.- С.78-84.
- 27.Меліх Т.Г. Проблематика оцінки виробничого потенціалу підприємства /Т.Г. Меліх // Наука та інновації як основні шляхи вдосконалення економічного потенціалу країни. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 18-19 листопада 2016 р.). – Львів: Громадська організація «Львівська економічна фундація», 2016. – С. 64-67.
- 28.Меліх Т.Г. Харчова промисловість: аспекти дослідження сучасних проблем та тенденцій розвитку/ Р.М. Скупський, Т.Г. Меліх // Вісник ХНАУ.- 2016.- №2.- С335-348.
29. Матеріали звітності ПП «Юніон Трейд Плюс»
- 30.Мельник В. М. Основи економічного аналізу: [навч. посібник] /Мельник В. М. – К. : Кондор, 2009. – 128 с.
- 31.Момотюк Р. А. Стан і напрямки підвищення ефективності харчової і переробної промисловості [Електронний ресурс] / Р. А. Момотюк.//

Режим

доступу:

http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Pav/2008_2009/11-12.pdf.

32. Мостенська Т.Л. Організація виробництва на підприємствах харчової промисловості. [Підручник]/ Т.Л. Мостенська. - К.: Центр учбової літератури, 2012. – 492 с.
33. Петєшова Т.А. Методичні підходи до оцінки рівня конкурентних переваг і конкурентоздатності підприємства / Т.А. Петєшова // Економіка: проблеми теорії та практики : збірник наукових праць. – Випуск 261: В 7 т. – Т. IV. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2010. – С. 908-918.
34. Піддубний І. О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : [навч. посібник] / І. О. Піддубний, А. І. Піддубна. – Х. : ВД «Інжек», 2006. – 270 с
35. Порожня В.М. Стратегічне управління. [Навчальний посібник]/ В.М. Порожня. - К.: Центр учбової літератури, 2012. – 220 с.
36. Протокол. Юридичний інтернет-ресурс [Електронний ресурс].–Режим доступу: http://protokol.com.ua/ua/pro_stimulyuvanny_rozvitku_regioniv/
37. Трейдмастер. Портал топ-менеджерів роздрібної та оптової торгівлі.[Електронний ресурс]. –Режим доступу: <https://trademaster.ua>
38. Уткіна Ю.М. Стратегічна спрямованість управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств / Ю.М. Уткіна // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. - № 32. – С. 247-249.
39. Фатхутдінов Р.А. Управління конкурентоздатністю організації. [Підручник]/ Р.А. Фатхутдінов, Г.В. Осовська. - К.: Кондор, 2009. – 470 с.
40. Федоренко А.М Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів/Федоренко А.М. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 580 с.
41. Фещур Р.В. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємств / Р.В. Фещур, Т.В. Лебідь // Науковий вісник Волинського

- національного університету імені Лесі Українки. Розділ III. Економіка та управління підприємствами. 4, 2010. – С. 27-32.
- 42.Франів І.А. Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства / І.А. Франів, Л.М. Коваль // Механізм регулювання економіки. – 2010, № 3, Т. 1. – С. 149-153.
- 43.Хареба В. Наукове забезпечення розвитку харчової промисловості України / В. Хареба // Харчова і переробна промисловість. – 2012. – № 2 – 3(354). – С. 4 – 7.
44. Череп А.В. Стратегічне планування і управління. [Навчальний посібник]/А.В. Череп, А.В. Сучков. - К.: Кондор, 2011. – 334 с.
- 101.Шинкаренко В.Г. Управление конкурентоспособностью предприятия / В.Г. Шинкаренко, А.С. Бондаренко. – Харьков: Изд-во ХНАДУ, 2003. – 186 с.
102. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика / А.Ю. Юданов. — М.: Издательство «Гном-пресс», 1998. — 153 с.
45. Юхименко П.І. Міжнародний менеджмент. [Навчальний посібник]/ П.І. Юхименко. - К.: Центр учбової літератури, 2011. – 488 с.
- 46.Экономическая стратегия фирмы : учеб. пособие / под ред. А.П. Градова – 3-е изд., испр. – СПб. : СпецЛит, 2000. – 589 с
- 47.Coase R. (1937). The Nature of the Firm / R. Coase // Economic. - 1937. - 4(16). - P 386-405
- 48.Fundamentals of international Business.-N.Y.:South-Western College Pub, 2003
- 49.International Business: Competing in the global marketplace.- N.Y. McGraw-Hill/Irvin,2010
- 50.International Business: The Challenge of Globalization .- N.Y.: Prentice Hall, 2007
51. International Business- N.Y.: The Dryden Press,2005